

数字经济背景下平台垄断：形成逻辑、实践出路及治理策略

王红美

贵州大学公共管理学院，贵州 贵阳

收稿日期：2024年4月9日；录用日期：2024年4月22日；发布日期：2024年7月31日

摘要

数字时代背景下，依托数字平台的网络效应、动态竞争、寡头竞争的特征，规模经济和网络效应的功能趋向放大，数字技术驱动带来的颠覆性创新性效应也在市场中产生影响。平台企业背靠数据优势与资本实力，对用户数据、流量等进行大范围的收集、运用，以此达到其攫取各个市场中的份额、无限拓展领域及商业疆界，从而形成平台垄断现象。在实践中具体表现为价格歧视、数据垄断及掠夺性定价的行为，这对我国反垄断监管执法提出了不小挑战。为顺应数字经济与平台经济的发展规律，应规范平台企业业务范围、加快数据立法与建设进度及创设小平台企业的市场准入门槛。

关键词

数字平台，网络效应，平台垄断，反垄断规制

Platform Monopoly under the Background of Digital Economy: Forming Logic, Practical Outlet and Governance Strategy

Hongmei Wang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 9th, 2024; accepted: Apr. 22nd, 2024; published: Jul. 31st, 2024

Abstract

In the context of the digital era, relying on the characteristics of network effects, dynamic competition and oligarchic competition of digital platforms, the functions of scale economies and net-

work effects tend to be amplified, and the disruptive and innovative effects driven by digital technology also have an impact on the market. Platform enterprises rely on data advantages and capital strength to collect and use user data and traffic in a wide range, so as to capture the share of various markets, expand the field and business boundaries indefinitely, and thus form platform monopoly. In practice, it is manifested as price discrimination, data monopoly and predatory pricing, which poses a great challenge to our country's anti-monopoly supervision and law enforcement. In order to comply with the development law of digital economy and platform economy, the business scope of platform enterprises should be regulated, the progress of data legislation and construction should be accelerated, and the market access threshold of small platform enterprises should be created.

Keywords

Digital Platform, Network Effect, Platform Monopoly, Anti-Monopoly Regulation

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 问题的提出

以互联网、云计算、人工智能为代表的信息科技革命及第四次工业革命正对人类的生产与生活方式造成深刻变革，催生了数字经济这一新的经济形态。跟随着现代信息通信技术与数字技术的深度融合，及云计算、物联网、人工智能、大数据、移动终端等硬件设施大范围普及与适用，平台经济模式正成为数字经济的重要组成部分。其中，围绕新经济动态、新商业模式与新技术产业展开的数字平台，正以迅猛之势在不断地发展及创新，平台经济也渐渐有了转向助推我国经济高速发展的新产业与新动能的趋势。在现代信息技术对原有层级制组织结构的碎解下，平台让“去中心化”的社会重新实现了“中心化”[1]。平台经济为社会的发展创造了新的动力及社会价值。但是，基于平台经济所具的网络外部性，小平台在短期之内极难赶超其他大平台，并且极高的进入壁垒也使得平台垄断现象产生。“平台垄断”，是指平台经济中常见的一种“赢家通吃”现象有趋向少数的垄断平台维持长期性“通吃赢家”[2]的地位，这将不利于我国良性的市场竞争及损害消费者福利。市场经济中，垄断与竞争虽保持相对立，但有效竞争并等同于其竞争的有效性。因此，厘清数字经济背景下平台垄断的形成逻辑是规范市场秩序、防范资本无序扩张的关键。

2. 数字平台垄断的形成逻辑

2.1. 数字经济及其平台的特征构成

平台经济兴起。由于数字技术的迅速发展，为平台经济的诞生创造了有力条件，使其成为了一种新型组织形态。平台是一个互联网中的中介基础设施，为不同的用户提供一个聚集在一起的平台，供其生产活动，具体表现为撮合交易或者进行交易，而其本身并没有需要在平台上需要交易以获取利益的产品或服务。数字经济以平台模式为其代表的商业模式，数字平台是一个双边市场，其中一边指向用户，另一边则指向提供产品或服务的供应商。从经济学的角度看，数字平台经济体现了“最大化”原则：两边的需求关系呈现正相关，平台网络效应内部化的实现，即交叉补贴[3]。这表现为市场两边的不对等费用收取，在向效应低边收取更多的费用的同时，向高边多收取差价费用。更甚者以免使用费的方式，

影响总交易数量。这具体表现为线上广告模式和线上零售模式。最终实现平台商业价值的最大化。在平台经济模式下,企业得以逃脱时间、空间以及自身可利用资源禀赋的束缚,拓宽发展空间,聚集社会各界甚至世界各地力量,其成长速度远超传统企业而得以在市场上形成垄断局面。

数据要素化。数据作为全新的生产要素参与经济运行过程,其创造的价值不仅体现为数据本身,更体现为全要素生产率的提升。数据之所以能成为生产要素,在于其符合生产要素构成的属性。生产要素是指用于商品和劳务生产的经济资源[4]。数据由知识和信息转化而成,是其一种特殊的存在形式,根本上由自然和劳动要素派生而来,但从属于资本。数据作为一种生产要素,其借助算法算力达到描述、分析和预测客观世界的目的,从而让数据驱动的决策得以代替传统的经验决策,大大地提高劳动、技术、资本、土地等传统要素的资源配置效率,并进一步提升产品和商业模式创新能力。与传统生产要素相较,数据要素具有外部性、虚拟性、非竞争性、共享性、低成本复制、部分排他性、即时性等特殊性,凸显了其作为数字平台构建产业生态、参与产业生态竞争重要法宝的经济价值[5]。

显著网络效应。在数字经济时代,网络经济成为新的经济驱动力。网络效应是指,一家企业获得满足其需要的用户或者供应商的速度越快,那么这些用户或者供应商就能为该平台提供越大的价值,从而产生一种正反馈机制,吸引更多流量入住该平台,产生一种正向循环。反之,如若不能吸引足量用户,则产生负反馈机制,导致企业崩溃的可能性。根据梅特卡夫定律,即一个网络的价值与其内部节点数的平方相等[6],对于传统产业而言,进入成熟期后一些企业能够获得更多的市场份额,从而形成几家大企业共同垄断市场的局面。但基于数字经济显著的网络效应,较早进入市场,或者借助创新方式变革获得资金和数字技术支持的数字平台,以其自身获得的先发优势迅速占据了市场竞争中的有利位置,从而造成了“强者恒强,弱者恒弱”的马太效应[7]。网络效应常常能够造成“赢家通吃”局面的形成,因为收到网络效应的影响,正反馈机制最先发挥作用的平台企业就能够获得最大的市场份额,成为最终的胜利者。

平台“熊彼特式竞争”激烈。由于平台经济领域中竞争是常态,市场份额较高的平台企业仍面临竞争压力巨大的局面。在数字技术方面激烈的竞争,对于平台企业来说,难以构建一种长期性的技术性进入壁垒。同时,以数字技术为支持的平台企业在技术迭代创新速度迅速的情况下,也会面临因技术创新速度慢于其他平台企业而被迫退出市场的局面。数字经济带来的创新方式变革,促生了多元化商业模式。数字技术通过建立虚拟镜像,采用“数据+算法”,通过“海量数据+科学建模分析”发现规律,大幅度缩短新技术和新产品从研发到量产的周期,以及降低创新创业门槛和成本。不断有新的掌握并应用该种技术的平台企业能够短时间实现弯道超车,加大市场占有份额。因此,能够掌握海量的数据,获得某个市场中的竞争优势;同时,凭借收集、处理数据就可以搭建技术性进入壁垒,占据市场势力源头之一的位置[8]。

2.2. 数字平台的垄断机制

梅特卡夫效应倾向形成数字平台垄断。梅特卡夫效应源自网络用户之间的互动,即网络价值与网络节点数的平方成正比。但现在学界大多以此来解释:数字经济平台凭借规模化,从而实现、强化零边际成本的经济效应。现实表现为:首先,以数据和算法支撑的数字平台企业通过融资补贴用户,迅速扩大自己的用户群、提升网络价值。然后利用庞大的用户体量和网络价值继续在资本市场融资,继续提升自己的用户量…直到用户足够多,网络价值足够大,实现盈利。例如,微信作为社交工具,使用用户越多,就越能充当熟人社交的媒介,而未使用的用户也不得不加入其中。其次,数字平台企业通过增大平台的规模,来实现显著地降低每个搭载其上的普通企业的固定成本和交易费用,从而形成一个个“企业群落”[9],使得平台具有天然的自然垄断倾向。最后,在边际收益等于边际成本时停止其扩张行为,是传统经

济所常常采取的方式。但是,平台所提供的非排他性无形服务产品凭借其零边际成本的特性,实现数字平台颠覆以往传统经济的简单逻辑,导致引发了梅特卡夫效应。领先的平台企业凭借规模化优势获得的大额收益来填补前期投入的成本,使得市场基础得以强化,并多维度地进行市场扩张,形成垄断趋势。

交叉网络外部性驱使数字平台走向寡头或完全垄断。数字平台以互联网和信息技术为技术支撑,凭借在线平台的建立来为供需双方提供交互、交易的场所,其主要特征为双(多)边市场属性,当如若平台向市场需求双方索取的价格总水平保持不变,任意一方价格的变动对平台总交易量产生直接影响。因此,在双边市场中,一边所获得的效用由另一边参与者的数量所决定,也就是说双边市场存在显著交叉网络外部性。而交叉网络效应的存在,吸引愈多平台一边愈多的用户数量,同时吸引另一边用户接入平台。反之,则愈少。同时,同边用户之间也存在着相互吸引的效应,即自网络效应[10]。同边用户数量影响自网络效应水平。交叉网络效应与自网络效应的双重叠加,使得平台极易形成一定程度的用户黏性,用户转移平台的成本过高,因此更加倾向于维持之前的平台交易行为,而用户对于该平台的依赖性也逐渐形成并得以强化。并且部分平台两端用户接入数量愈加变多。于平台企业而言,这也拓宽采集与获取数据生产要素的途径。凭借对数据的掌控,数字经济平台得以扩大市场的模及延伸其业边界,这也拓宽了不公平的垄断及低价竞争的可能性。

“赢者通吃”的马太效应筑起数字平台进入新壁垒。平台企业需要显著的沉没成本,这直接导致畸高的市场集中度,同时,凭借数据规模化等优势在市场格局占据有利位置,增强竞争实力。新的市场进入者将会受到现有经营者强大的市场势力制约,后者甚至会对潜在的有力竞争者实施诸如扼杀式并购等措施,这也一定程度上加强了后者的市场集中度,构筑更高的进入壁垒。在数据资源方面,占据市场支配地位的平台企业企图以限定交易相对人等措施,妨碍其它竞争对手收集数据。另外,已占有大量数据资源的平台企业,以合并、控股或签订协议等形式,使其占有的资源变得完整化,催生数据寡头趋势,形成市场支配地位,阻碍市场竞争。数据垄断引起的马太效应在现实中表现为如腾讯商业版图不断扩张,而其他中小型平台企业趋向覆灭。

3. 数字平台垄断的具体实践

3.1. 价格歧视

价格歧视是一类常见的经济学现象,指在一时期内对同一产品收取不同价格的一种行为[11],其内涵包括:其一,买者索取不同的价格;其二,针对不同的买数量来取不同价格。价格歧视的本质是弹性定价策略,并非是一种不道德的行为。平台企业有两种方式来实现价格歧视:第一,据需求价格弹性的不同进行定价;二是按销售量进行非线性定价。价格歧视的目标在于最大限度的榨取消费者剩余,并且放大消费者消费欲望。但是,传统“价格歧视”还远不能满足厂商的欲望。技术革新带来大数据、人工智能的迅猛发展,数据要素化的形成,促进平台借助、应用强大的数据获取和分析算法技术,同时形成实时监控消费者的支付意愿的局面。于是,“千人千面价”能成为现实也有理可依。企业根据“沿着”需求曲线来进行定价,即将价格恰好设定在消费者的支付意愿波动范围,驱使他/她剁得下去手。既实现了订单量的迅速增加,又提高了平台收入,理论上还能够于不危害社会总福利的总前提下,实现平台企业价值的最大化。此外,数字平台也存在着利用消费者对某一商品的反复购买行为,或者较强的偏好及垄断产品的出售渠道等方式,从而针对性地制定出一种高隐蔽性的垄断高价这等非正当竞争行为。

3.2. 数据垄断

数据是载有信息和知识的数字,依托数字进行编码。在数字经济时代,用户数据成为数字平台经营与发展的一种新生产要素。数据及相关技术的使用能够降低生产和流通成本,帮助平台企业及时获取市

场供求信息,提高生产和流通效率,以大数据、物联网等数字技术为支撑的平台企业,通过智能算法分析趋势,调整供给,更有甚者以其数据优势来“制造”需求,形成数据垄断。数据垄断多以双轮垄断为表现形式,其不局限于自身领域,横向与纵向对其进行渗透。横向角度下,数字平台会限制其他竞争对手获取平台数据及用户,从而维护自身在市场中的竞争优势及垄断地位,更甚者实施合并、控股等手段,达到全面掌控数据的目的。另外,占据支配地位的平台企业也会一定程度地强化自身垄断优势,如“杀手式”并购或者掠夺等。纵向角度下,数据垄断平台企业会利用自身优势进行自我优待,即其既是平台提供者,又是平台商户,凭借支配地位实现优待自营产品。那些大型数字平台一方面能借助用户互动优化算法模型,来提高服务水平,提升用户体验,来完成试错学习并形成一种“正反馈回路”[12],但是这将阻碍市场的潜在进入者和新竞争者获取竞争优势。

3.3. 掠夺性定价

掠夺性定价是指具有市场支配地位的经营者,没有正当理由,为了排挤其他竞争对手,用低于成本的价格来销售商品的一种行为。其本质在于牺牲短期利益,以获得长期利益。该行为多于企业发展初期发生,因为在这个时候,市场竞争尚未达到稳态,并且企业间竞争激烈,数字平台商业运营的高效性和产业同质性等特征导致了竞争的残酷性。因此,平台企业采取将商品或服务定价于成本之下的方式,实施掠夺性定价来获得大量客源,达到拖垮竞争者的目的。高度发达的资本市场是此行为实施的基本保障提供者。数字平台企业采取此行为最终是为了占据长期性优势市场地位,取得高额利润,因此必然之后会有后期提价的现象发生。事实上真正实施掠夺性定价的企业一般都是规模更大、资本更雄厚、并且具有一定市场支配地位的企业。这些企业对亏损的承受能力,往往远高于被针对的企业。若无监管与反垄断法对其进行限制,实施掠夺性定价的企业在将竞争对手排挤出市场后,变成市场中唯一的垄断企业,便可以开始随意提价。一般情况下,在获取垄断地位后,该企业会将价格定到比一般垄断市场更高的水平,因为其要弥补其前期为了实施掠夺性定价所遭受的损失。对平台企业而言,出于扩大规模而非利润的考虑,掠夺性定价将是非常理性的[13]。

3.4. 多样兼并

不同于传统的着眼于市场集中度及效率的兼并方式,数字经济背景下的平台企业致力于扩张经营规模与增加企业利润,而不断借助大数据自身的公共品属性,进行对其他平台企业的扩张和兼并,形成了一种极具行业领域双跨性、相互联通性,以及应用广泛性的新型商业生态。其中,新生成的对角兼并形成除了能让大型垄断平台顺利地入驻新行业与扩大其经营范围,还能一定程度对竞争对手所需的核心生产材料供应商或核心产品销售商进行隐形控制,从而形成市场圈定效应。除此之外,中小型平台也能凭借数据属性来并购大型平台。例如新锐百合网低价并购世纪佳缘。其实,在数字经济时代,数据规模经济及网络经济效应的属性所致,“大鱼吃小鱼”式并购或“蛇吞象”式并购都极易发生,这两种并购后的数据库共享会给该平台企业,在数据竞争中获取显著的竞争优势。

4. 数字平台反垄断的治理策略建议

4.1. 规范平台企业业务范围

数字平台的规模和算法技术等因素,影响着平台上的普通企业产品的竞争力。一味的缩小平台规模,只会大幅度减弱其产品的竞争力;一味的增大其规模,则会导致垄断现象的产生。基于资本本身所带的盲目性与逐利性,平台企业会凭借技术、数据优势,制造竞争壁垒,损害行业市场的健康发展。政府需要按需制定、颁布、实施一系列政策,在一方面需要加强平台对数据无限使用及保护自身产品现象的限

制,阻止平台凭借自身优势与其他企业产品进行恶劣竞争,压缩其他平台企业的生产空间。与此同时,政府还需加大对平台企业专注自身业务发展、优化的鼓励力度。平台是为了为大众企业提供资源获取、整合的途径而存在,也就是说,整合了大多数企业的数字平台可以一定程度上更高效、便捷地为用户服务。

4.2. 加快数据立法与建设进度

数字时代,平台企业垄断现象的发生很大程度上与买卖双方在其他平台上进行交易时获取了大量数据相关。因为这些获取到的数据往往保护极其富有商业价值的信息,基于对此些数据的分析与挖掘,平台企业得以形成企业与消费者之间的黏性,从而排挤其他市场竞争者。数据据此成为平台垄断的一大利器。然而,我国目前对数据确权的归属界定仍旧模糊。因此,政府需完善与此相关的立法,在法律范围下进行数据确权的界定,明晰各类各级数据的管制范围和权限,对诸如数据下载、转让等行为进行规范,目的是为了保护用户的隐私,以及阻碍隐私泄露等行为。数据共享进程的推进及市场透明度的提高,一方面,于其他平台企业方便使用数据有利,另一方面,提高政府监管数据使用方面的效率,从而破除监管的数据鸿沟,便于其从静态监管转向动态监管,构建全方位[14]、全时段的监管。

4.3. 创设小平台企业的市场准入门槛

在激烈的市场竞争中,平台需要最大限度地吸引用户,而用户则对平台使用有自主选择性。理论层面上,用户不流动在平台竞争中是基本实现不了,其原因在于:同类的在线平台面向的用户群体类型相同,平台只能持续地吸引用户使用该平台。因此,用户能否获得更大的“免费消费”权力[15]。与平台竞争的激烈程度有一定关系,但相应的是其花费的成本也会增加。由于高强度的竞争会产生一定负面效应,相当程度的小型平台只会着眼于通过流量操纵来获取利益的短期目标,而非是长远目标。为了减少在流量累计上花费的时间、经济成本,小型平台往往会采取与大平台合作或者购买的这类方式,来实现流量的嫁接,从而大幅度加强大平台赚取流量变现收益的动力。于是,一种“分层式垄断竞争”市场结构形式出现了,即中小型平台企业高速流动市场与大型平台企业较稳定的垄断。所以政府需要按照平台的类型,确立平台企业竞争强度的标准,设立准入门槛的条件,限制小平台无序市场扩张现象。在一方面,既需要维系大平台企业间的寡头竞争格局,以及规避大平台出现单一的绝对垄断趋势,借助个别几个大平台间的竞争态势来保护用户权益;另一方面,需加大对小平台与大平台流量交易的规模和次数,避免平台陷入流量操纵的局面[15]。

4.4. 建立平台垄断合规体系

提出建立平台垄断合规体系,其本意是为了破除传统平台垄断治理的思维方式,达到弥补我国反垄断执法和司法在外部性、事后性与被动性方面的不足,减轻、缓和数字经济平台垄断由于数字技术革新所造成的行为认定艰难等问题。建立合规体系的实践进路在于内外调和,即凭借完善该平台内部的体系设计,以及健全外部的保障机制相联结的举措,实现推动该合规体系的建立与运转。内部体系设计强调平台的主动性和法律性,即主动地设计、建立、实施一套归属法律意义上的制度规则与运行程序,从而形成制度-程序双向的二元逻辑传导路径。其中,制度规则构成合规体系的骨骼和肌肉,运行程序则构成合规体系的血脉,两者互不相悖,而是成为合规体系的一体两面。外部保障机制是一种高效保障效能发挥的机制,即为规避形式化,平台需适当地借助第三方力量,以相应的措施再辅以合规体系,来达到全力执行体系、高效呈现效果。总言之,以积极性与正当性的呈现为目的的合规体系,需表现积极的预防、正和共赢而非零和博弈的全周期数字正义观。

5. 总结

在数字经济时代，作为一种新的生产要素，数据正以迅猛之势对国民经济的运行过程采取全方位地渗透，同时，也正愈加发挥其对经济的独特创新、改造功能。同一时间，由数据要素化带来的价格歧视、数据垄断、掠夺性定价、多样兼并等矛盾也正在加剧。数据性质、来源、应用和数量在技术革新的背景下得以拓展。数据获取产生的竞争优势程度，以及其对最后的竞争结果的影响，比传统式数据带来的影响更为之深远。

参考文献

- [1] 赵驰, 周勤, 王飞, 陈琪钰. 基于价格竞争的数字平台隐形垄断[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2023, 25(4): 59-70, 155.
- [2] 熊鸿儒. 我国数字经济发展中的平台垄断及其治理策略[J]. 改革, 2019(7): 52-61.
- [3] 孙晋. 数字平台的反垄断监管[J]. 中国社会科学, 2021(5): 101-127, 206-207.
- [4] 姜椿芳. 简明不列颠百科全书(第7卷) [M]. 北京: 中国大百科全书出版社, 1986: 162.
- [5] 李勇坚, 张彦红. 数字平台产业生态的竞争逻辑[J]. 求索, 2024(1): 66-76.
- [6] 颜建晔, 张越. 数字化平台经济的反垄断规制: 现状、挑战与前景[J]. 产业经济评论, 2024(2): 92-106.
- [7] 黄宏宇, 张春燕. 电商平台剥削性价格模式的反垄断法规范研究[J]. 中国物价, 2024(3): 18-22.
- [8] 方燕. 论经济学分析视域下的大数据竞争[J]. 竞争政策研究, 2020(2): 33-59.
- [9] 张蕴萍, 栾菁. 数字经济平台垄断治理策略研究[J]. 经济问题, 2021(12): 9-15.
- [10] 刘欢. 数字经济时代平台经济反垄断监管的法律研究[J]. 租售情报, 2023(3): 81-83.
- [11] 王潺. “大数据杀熟”该如何规制?——以新制度经济学和博弈论为视角的分析[J]. 社会科学文摘, 2021(8): 16-18.
- [12] 李勇坚, 张海汝. 数字平台行为垄断与反垄断研究[J]. 中国社会科学院大学学报, 2023, 43(5): 36-51, 157.
- [13] 谢富胜, 吴越. 平台竞争、三重垄断与金融融合[J]. 经济学动态, 2021(10): 34-47.
- [14] 谢申祥, 王晖. 互联网平台企业垄断: 形式、效应与治理[J]. 齐鲁学刊, 2023(2): 109-119.
- [15] 胡晓鹏, 徐群利. 大数据驱动与经济发展: 理论机制与规制思路[J]. 学术月刊, 2023, 55(6): 53-65.